

NEWPORT INTERNATIONAL RUNWAY GROUP TOKYO FASHION

Mød 8 Anti-Diva Design Stjernerne, Der Transformerer Mode Nu

De friske grønne skud af mode samles i en bagning New Jersey majsmarken for deres generationsskifte portræt. Joseph Altuzarra og Danielle Sherman, kreativ direktør hos Edun, fordrevet fra deres studios i New York City. Fra London blinker Simone Rocha, Peter Pilotto, og hans design partner, Christopher De Vos, i den blændende sol. Deres London landsmanden Jonathan Anderson fra JWAnderson ser fortumlet efter landing fra Tokyo, direkte fra åbningen af en ny forpost af Loewe (hans nye koncert). Anthony Vaccarello er ankommet fra Paris, Marco de Vincenzo fra Rom.

Selv om det er oppe i 90 ' erne ud her på gården, er der ingen tegn på nogen visnen eller klager. Hængende i skyggen af placeringen-lastbil, de opfører sig vanen tro peer-gruppe-er omgængelig, spøg, at holde en anden gang. De er glade for at være her, denne hårdføre afgrøde. De er anti-divas, jordet dem. Børn af styrtet.

Deres baggrund historier kunne gøre en økonom sind forkludre. Alle otte begyndte slag-Bang i blodbad af den globale finansielle krise, sender deres lækre mikro-sorter af tøj – farverige, individualistisk, godt gjort, og mesterligt målrettede ting — i en modeverdenen, der havde vendt kedelig og konservativ. "Hvad der skete med vores generation?" Altuzarra forsøger at forklare, hvordan det gik ret. "Vi virkelig var nødt til at sælge disse tøj. Fordi vi har opbygget disse mærker under en recession, er der en pragmatisk tilgang til tøj. Du skal være unikke — være dit eget brand. "

Det har været mindre en stil bevægelse end en omhyggelig infiltration af friske, kreative, business-fornuftigt sind kommer fra bag kulisserne og ud af skabet-størrelse studios i New York, London, Paris og Rom. Altuzzara husker tydeligt starter i hans Manhattan lejlighed i 2008. "Jeg var på Givenchy, og jeg tænkte, at hvis jeg ikke ville gøre det så godt, når? Vi åbnede sælger dagen efter marked crash. Som"— han griner —"var fantastisk."

En frygtløshed kom ind i den. Vaccarello siger han ikke føler sig et øjeblik angst, når han forlod Fendi og spillede sit levebrød på en lille samling af fem jakker og fem badetøj i Paris i 2009. "Det var det perfekte tidspunkt!" han insisterer. "Jeg havde sparet op — jeg har aldrig ønsket at låne fra en bank som designere gjorde før – og jeg vidste, mine gæster ventede."

Hvad tælles vital var en laser-lignende instinkt for at vide, hvem du taler til – uanset om det betyder Vaccarello og hans talent for sexily skåret skrædderi, eller en person som Sherman, hans polære modsatte, der startede sin karriere med Ashley og Mary-Kate Olsen som den perfektionistiske designer t-shirts på The Row. "Alt hvad jeg gør er helt funktionelle og har en integritet og ærlighed," siger hun. Et stof nørd, Sherman tog en rute bag kulisserne, hvor hun lærte at arbejde

tæt sammen med lokale fabrikker, og derefter til Asien med Alexander Wang. ("Jeg var hans tolvte medarbejder!" hun prale.) Hun nu hurtigt opgradering Edun til en poleret designer niveau for New York Fashion Week mens bygning kollektionens etisk produktion til 85 procent – lavet i Afrika status.

Nu alderen 28 (Rocha) og 37 (Pilotto), er disse crash babyer blevet voksen fagfolk tiltrækker alle former for mode opmærksomhed midt i en bølge af sponsorering, mentorskab og præmier, der ankom til at støtte unge designere i midten af 2000 ' erne. Altuzarra nydt vinde CFDA/Vogue Fashion fond i New York; Peter Pilotto, Anderson og Rocha fra Londons NEWGEN sponsorering; Peter Pilotto, i mellemtiden vundet også BFC/Vogue Fashion fond i London. I Frankrig, Vaccarello tog både Hyères-prisen og Paris ANDAM præmie, og i Italien, de Vincenzo opstået gennem italienske Vogue der er på næste? konkurrence. Det har gjort dem alle meget mere åbent at opbygge relationer end designerne, der gik før. Som uafhængige, har de været kobles ind i kulturen i reklame-genererende samarbejder — senest har Anthony Vaccarello x Versus Versace; J mærket x Simone Rocha; Altuzarra for Target. Med Instagram og Web-video, har de flyttet endnu hurtigere.

Rocha, med hendes søde-men-tomboyish kjoler og Lucite-heeled brogues og Peter Pilotto, med sine mesmerically stoflige farver, har stille og roligt samlet kunder fra hele verden – langt fra Londons lone wolf indie designere i halvfemserne skæbne. De komme ud og rejse, lære at kalibrere deres samlinger til forskellige klimaer og kulturer – og de vil aldrig praler af, hvor vellykket de har været. Pilotto har praktisk taget at få armen vredet før han indrømmer, "Nå, vi sælger til 200 butikker fordelt på seks kontinenter. Der er kun én vi ikke sælger til — Antarktis! "

Denne alvorlige, kyndige generation har selv forvandlet holdninger af store luksusmode konglomerater, som er pludselig i en byge af konkurrencen til at underskrive dem. Altuzarra er i ekspansion tilstand, designe i en renoveret kontor efter at forhandle et mindretal investeringer fra Frankrigs Kering gruppe. "At have en partner som Kering, som er i stand til at folde dig i deres fremstilling kapaciteter, er noget, der gør en kæmpe forskel," siger han. Anderson, har med en ny mindretal investeringer fra LVMH, flyttet ud af den uopvarmet kælder i Shacklewell Lane hvor han og hans stylist Benjamin Bruno frøs i vintre; nu er han i en tre-etagers bygning med en e-commerce studio. I Rom, de Vincenzo udklækker hans smukt udarbejde, strømlinet tøj med en anden slags LVMH opbakning: han havde arbejdet som en højt ratede Fendi taske designer for ti år før at fortælle virksomheden, han var desperat for at starte sin egen kollektion af tøj. "Silvia Fendi var strålende," siger de Vincenzo. "Hun sagde jeg kunne bo og have mit eget studie. Jeg synes det er en unik aftale." LVMH, Fendis moderselskab, smart kom til at holde sin stjerne taske designer — og at satse på hans fremtid i ready-to-wear på Milano landingsbanen.

Nu er deres talent og viden begyndt at være næsten lige så højt værdsat af det mode etablering som Premier League fodboldspillere er i sport. Analogien virker for 30-årige Anderson: som han bov dobbelt ansvar at styre sit eget mærke og at være kreativ direktør for Loewe, han taler om det i sportslige udtryk. "Min far var en irske nationale rugby-spiller. Han altid boring det til mig: 'Det handler om dit team!' ”

Hvad er virkelig anderledes om denne generation, dog er den familie, venner og trofaste stylister omkring dem. "Jeg kan lide vokser med de mennesker, der kender mig og støtte mig," siger Vaccarello. Rochas mor, Odette, er sin samarbejdspartner. Andersons bror, Thomas, er sin HR direktør. Altuzarras mor, Karen, er formand for bestyrelsen, og Altuzarras ord står for hele gruppen: "Jeg tror på at skabe dette som en familie – en, der har arbejdet sammen fra begyndelsen. For mig er det en smuk ting." Hvis der er en fællesnævner blandt alle disse forskelligartede talenter, ting der har taget dem alle tidligere overlevelse at det blomstrer, det er deres normalitet, deres loyalitet. De er forankret.